

# MODELO CANVAS

Socios clave	Actividad clave	Propuesta de valor	Relación con los clientes	Segmento de clientes
<p>Para mejorar la satisfacción de los clientes de Kitty-Paw, algunas alianzas estratégicas que podrían ser beneficiosas son con veterinarios y clínicas veterinarias y así establecer alianzas para integrar sus conocimientos y recomendaciones directamente en la app. Esto añadiría un componente profesional de salud para las mascotas y haría que los dueños confíen más en el servicio. Alianzas con tiendas de mascotas reconocidas podrían permitir descuentos, suscripciones de alimentos, accesorios recomendados según el perfil de la mascota, etc. Esto ampliaría el ecosistema de servicios. Colaborar con ONG's podría permitir campañas conjuntas de concientización y tenencia responsable de mascotas, además de fomentar las adopciones responsables. Alianzas de co-marketing con marcas reconocidas podría dar más visibilidad al producto y confianza a los usuarios. En resumen, buscar alianzas con actores clave de la industria de mascotas agregaría valor, credibilidad y oportunidades extras que mejorarían la propuesta de Kitty-Paw y la</p>	<p>Para los segmentos de Personas Dueñas de Mascotas y Personas Nativas Tecnológicas, las acciones clave en la producción y diseño incluyen el desarrollo del dispositivo inteligente, desde la selección de los componentes hasta la comunicación de los sensores y el almacenamiento de información en servicios en la nube para su posterior implementación en la aplicación. También se contempla la creación del prototipo y pruebas para garantizar su óptimo funcionamiento. Posteriormente, se procede a la fabricación en serie del dispositivo para satisfacer la demanda del mercado, junto con el diseño y desarrollo de la aplicación móvil, asegurando su compatibilidad con diversos sistemas operativos y dispositivos. Se integran funcionalidades clave como el monitoreo del consumo de agua y alimento, análisis de datos y notificaciones, todo ello sometido a pruebas exhaustivas para garantizar su eficacia y facilidad de uso. En este punto, se requerirá la contratación de personal experto para asesorar en el</p>	<p>Propuesta de valor para personas dueñas de mascotas: Nos enfocamos en proporcionar una solución innovadora y tecnológicamente avanzada para el cuidado y bienestar de las mascotas, transformando el concepto de tenencia responsable en un monitoreo digital de fácil uso. A diferencia de otros productos en el mercado, que mayormente consisten en dispensadores de comida automatizados, nuestro dispositivo (plato inteligente) no solo ofrece una manera conveniente y precisa de supervisar el consumo de agua y alimento de las mascotas, sino que también se adapta a las necesidades específicas de cada animal mediante perfiles personalizados basados en edad, raza, y condiciones de salud, entre otros aspectos. Con Kitty-Paw, los clientes pueden tener la certeza de que están brindando el más alto nivel de cuidado y monitoreo del bienestar de sus mascotas, gracias a la simplicidad e intuición de la aplicación y su integración con el dispositivo. Propuesta de valor para personas nativas tecnológicas: Para los Millennials y aquellos naturalmente inclinados hacia</p>	<p>Para los segmentos de clientes Dueños de Mascotas y Nativos Digitales, buscamos establecer una relación ágil y digital, aprovechando al máximo las herramientas y plataformas tecnológicas disponibles, donde la interacción sea principalmente automatizada. Queremos ser percibidos como una marca innovadora y moderna, que comprende y se adapta a las preferencias y hábitos tecnológicos de estos dos segmentos. Los medios por los cuales buscamos relacionarnos con este cliente pueden incluir comunicación a través de redes sociales, mensajes instantáneos, correos electrónicos automatizados y notificaciones push en la aplicación móvil. Estos medios pueden conllevar costos asociados, como el mantenimiento de perfiles en redes sociales, el envío de correos electrónicos masivos y el desarrollo de estrategias de marketing digital. Otro tipo de costo asociado a la relación con el cliente y su fidelización está vinculado con asesorías UX/UI para mejorar la experiencia del cliente en el uso de la aplicación Kitty-Paw. Segmento Empresas de Servicios y</p>	<p>La construcción de nuestro negocio y la selección de clientes se fundamentan en cuatro fenómenos importantes a nivel nacional, los cuales también ayudan a comprender la proyección de nuestra propuesta. En primer lugar, la baja sostenida en la tasa de natalidad durante la última década, según datos del INE. En segundo lugar, el incremento en la adopción de mascotas, según el Registro Nacional de Mascotas. En tercer lugar, el aumento en el número de tiendas de mascotas desde 2019, con un crecimiento del sector que alcanza el 225%, según informa el Diario Financiero. Y por último, la creciente adopción de soluciones digitales innovadoras basadas en el Internet de las Cosas (IoT) tanto en empresas como en personas, según el Diario Financiero. Segmento de Personas Dueñas de Mascotas: Personas naturales de 18 a 80 años, sin distinción de género, económicamente solventes y responsables de sus mascotas, ya sean perros o gatos. Se enfocan principalmente en la Región Metropolitana de Chile, aunque también consideramos</p>

satisfacción del cliente usando el dispositivo y la app.	<p>diseño del prototipo óptimo y el funcionamiento de la aplicación.</p> <p>En cuanto a las horas de trabajo estimadas para un año, se calcula que este desarrollo puede requerir 5 horas semanales, 20 horas mensuales o 240 horas anuales, considerando el avance que se ha logrado en el prototipo. Para la venta y publicidad, será necesario registrar en diversas redes sociales y diseñar una propuesta de marketing innovadora, enfocada especialmente en los clientes más nativos digitales, dado que nuestras mayores ganancias están relacionadas con los medios digitales. En cuanto al segmento de Empresas de Servicios y Productos para Mascotas, es necesario aumentar la producción y establecer una red logística eficiente para la distribución a gran escala. Además, se debe negociar acuerdos comerciales sólidos y contratos de distribución con estas empresas. Desarrollar estrategias de marketing empresarial, como participación en ferias comerciales y presentaciones comerciales, será crucial. Por último, ofrecer un servicio postventa especializado para las empresas garantizará relaciones comerciales duraderas y sólidas.</p>	<p>la tecnología, nuestra oferta representa la fusión perfecta entre la pasión por la innovación y el amor por las mascotas, ofreciendo una solución completa y contemporánea para el cuidado de sus animales domésticos. A diferencia de los productos que simplemente automatizan la entrega de comida a las mascotas, nuestro dispositivo (plato inteligente) y la aplicación móvil proporcionan una experiencia totalmente nueva y moderna para monitorear y gestionar el consumo de agua y alimento de los animales, haciendo uso de técnicas de aprendizaje automático para el análisis de datos. Con sensores de peso, temperatura y perfiles personalizados de las mascotas, los clientes pueden acceder a datos precisos en tiempo real e históricos sobre el comportamiento alimenticio de sus animales, todo desde sus dispositivos móviles. Además, Kitty-Paw les permite crear perfiles detallados para cada mascota y recibir recomendaciones personalizadas para mejorar su salud y bienestar. Propuesta de valor para las empresas de servicios y productos para mascotas: Nos enfocamos en ofrecer un producto innovador y atractivo, con especial atención en la optimización de los costos de producción. Nuestro objetivo es simplificar el proceso de distribución y adquisición al por mayor del dispositivo (plato</p>	<p>Productos para Mascotas: Con este segmento de clientes, buscamos establecer una relación profesional y colaborativa, enfocada en el beneficio mutuo y el crecimiento conjunto. Deseamos ser percibidos como un socio estratégico que ofrece soluciones innovadoras y efectivas para ayudarles a alcanzar sus objetivos comerciales mediante la venta del dispositivo Kitty-Paw. Los medios por los cuales buscamos relacionarnos con este cliente pueden incluir reuniones comerciales presenciales, comunicación a través de correo electrónico y llamadas telefónicas. Estos medios pueden tener costos asociados, como los gastos de viaje y hospedaje para asistir a eventos, el desarrollo de material promocional y la contratación de personal para la atención al cliente y la gestión de relaciones comerciales.</p>	<p>a clientes provenientes de otras regiones del país. Según el Boletín Técnico de Estimación de Población Canina y Felina del 2022, el 89% de los encuestados indica que la compañía es la principal razón para tener mascotas, y un 92% las percibe como miembros adicionales de su familia. Además, un estudio de GFK revela que el 64% de los hogares en Chile posee mascotas y el 70% de ellos se ubica en la Región Metropolitana. Segmento de Personas Nativas Tecnológicas: Personas naturales, sin distinción de género, nacidas entre 1981 y 1997, clasificadas como Millennials, quienes se caracterizan por su adaptación tecnológica en el uso de aplicaciones móviles y productos de Internet de las Cosas (IoT) relacionados con el bienestar y la tenencia responsable de mascotas. Según el estudio "Hábitos de consumo de los dueños de mascotas en Chile" de GFK en 2023, el 64% de los Millennials tiene mascota. Este segmento aborda el bienestar de las mascotas desde una perspectiva tecnológica e innovadora. Segmento Empresas de Servicios y Productos para Mascotas: Nuestros clientes también incluyen empresas del rubro de servicios y productos para mascotas, tales como clínicas veterinarias, pet shops,</p>
	<b>Recursos clave</b>		<b>Canales</b>	

	<p>Segmento Personas Dueñas de Mascotas: Para satisfacer las necesidades de este segmento, requerimos recursos físicos como placas electrónicas de desarrollo como la ESP8266, sensores de presión, temperatura, humedad y luz, de calidad para el funcionamiento del dispositivo Kitty-Paw y un espacio adecuado para la producción, como un taller. En cuanto a los recursos humanos, precisamos personal capacitado en configuración e implementación de protocolos de comunicación MQTT para integración en la App, diseño y fabricación, así como veterinarios para garantizar la seguridad del producto. Y en términos financieros, necesitamos invertir en investigación, marketing dirigido a dueños de mascotas y alianzas con negocios relacionados. Segmento Personas Nativas Tecnológicas: Este segmento tiene una alta exigencia en la experiencia con la aplicación; debemos ser atentos a las necesidades y demanda de recursos físicos necesarios para sostener el funcionamiento, como equipos de última generación para el desarrollo de la aplicación móvil y servidores para gestionar los datos de Kitty-Paw. En cuanto a los recursos humanos, requerimos desarrolladores de software especializados y diseñadores de experiencia de usuario. Financieramente,</p>	<p>inteligente), facilitando así su venta por parte de empresas del sector, como clínicas veterinarias y tiendas especializadas en mascotas. Esto garantiza una operación fluida y eficiente, permitiendo que las empresas accedan fácilmente al producto y lo pongan a disposición de sus clientes de manera rápida. Reconocemos que el verdadero valor agregado reside en los servicios y membresías ofrecidos a través de nuestra aplicación, lo que representa una oportunidad importante para generar ingresos adicionales y fomentar la fidelidad de los clientes.</p>	<p>Nuestro modelo de negocio se basa en dos productos: la venta del dispositivo y la suscripción a la aplicación para acceder a un servicio de análisis y alertas más avanzado. Habrá también un servicio básico gratuito de monitoreo, accesible para todos. Tanto para el segmento de Personas Dueñas de Mascotas como para Personas Nativas Tecnológicas, la venta del dispositivo, en caso de ser presencial, podrá realizarse a través de pet shops, clínicas veterinarias y otros establecimientos especializados en productos para mascotas, donde los clientes puedan ver y probar el producto antes de adquirirlo. Por otro lado, la compra del dispositivo también podrá hacerse vía online, a través de nuestra plataforma web propia de Kitty-Paw o mediante comunicación por Instagram, en este último caso se añadirá el costo de envío del producto. Para estos segmentos, la venta del servicio de análisis y alertas de Kitty-Paw se llevará a cabo mediante la suscripción a una membresía de la aplicación, la cual se basará en un análisis personalizado vinculando la información del perfil de la mascota con los datos obtenidos por el dispositivo. Por ejemplo, cambios significativos en los ciclos de consumo de alimento o alertas relacionadas con visitas al veterinario (vacunas, antiparasitarios, etc.). Las principales formas de dar a</p>	<p>criaderos, hoteles para mascotas, empresas de alimentos y accesorios para mascotas, entre otras. Estas empresas buscan soluciones tecnológicas innovadoras que les permitan optimizar sus operaciones, mejorar la experiencia de sus clientes (dueños de mascotas), y mantenerse a la vanguardia en un mercado cada vez más competitivo y exigente.</p>
--	--	--	--	--

necesitamos invertir en tecnología, marketing digital y desarrollo continuo de la aplicación. Segmento Empresas de Servicios y Productos para Mascotas: Para atender a estas empresas se requiere de un fuerte plan de marketing y una infraestructura logística eficiente para cumplir con la demanda. En términos de recursos humanos, requerimos personal de producción, ventas y logística. Y para acceder a los recursos financieros, debemos invertir en equipos de producción, establecer relaciones comerciales sólidas y de conocimiento con otras marcas.

conocer Kitty-Paw para estos dos tipos de clientes serán principalmente digitales, a través de redes sociales, reels, publicaciones en Instagram, shorts, videos y compra de espacios publicitarios en canales de streaming como YouTube y Twitch. Nuestra principal fuente de ingresos será mediante las suscripciones a la aplicación y también a través de acuerdos de publicidad y colaboraciones con marcas relacionadas con mascotas y estilo de vida para incentivar el uso de la aplicación. Esto podría incluir patrocinios de contenido en nuestra aplicación móvil, colaboraciones con influencers en redes sociales y espacios publicitarios en nuestro sitio web. Segmento Empresas de Servicios y Productos para Mascotas: Para este segmento, la venta será únicamente del dispositivo, y se realizará a través de canales de comunicación como correo electrónico, llamadas y ventas presenciales, lo que permitirá concretar diversos acuerdos de compra con las empresas interesadas. En este segmento, la forma de dar a conocer el producto será mediante la comunicación con las áreas de ventas de estas empresas, coordinación de reuniones para la presentación del producto y la negociación de acuerdos económicos para su distribución y venta. También consideramos que la publicidad

			en redes sociales puede potenciar la comunicación de estas empresas e interés con Kitty-Paw.	
--	--	--	--	--

<p><b>Estructura de costes</b></p> <p>El total de Costos fijos mensuales estimados de Kitty-Paw en un mes es \$191.666. Este monto se obtiene sumando los valores mensuales correspondientes a "Habilitación de infraestructura" (\$30.000) y "Capital de trabajo (2 personas)" (\$161.667). Habilitación de infraestructura: • Todos los meses (mes 1 a mes 12) con un monto de \$30.000 cada mes. Capital de trabajo (2 personas): • Todos los meses (mes 1 a mes 12) con un monto de \$161.667 cada mes. El total de Costos variables estimados de Kitty-Paw varía dependiendo del mes en cuestión, como esta es una proyección a 1 año podemos plantear lo siguiente: Se presenta el desglose de los costos variables mensuales según la tabla de gastos que se encuentra en el Canvas.</p> <p>Asistencia técnica y asesoría en gestión: • Meses 1, 6 y 9 (\$90.000 cada mes) Capacitación: • Mes 1 (\$100.000) Gastos de formalización: • Mes 1 (\$30.000) Acciones de marketing: • Meses 6 al 12 (\$16.667 cada mes) Activos: • Meses 1 al 4 (\$175.000 cada mes) De igual manera el promedio de gastos variables mensuales en un año es de \$100.000. Cabe mencionar que estos costos variables son estimados y pueden variar en la práctica dependiendo de los requerimientos específicos del proyecto Kitty-Paw cada mes.</p>	<p><b>Vías de ingresos</b></p> <p>Para el Segmento Dueños de Mascotas y Nativos Digitales, la utilización de la aplicación está condicionada a la compra del dispositivo. Una vez adquirido el dispositivo, tendrán dos opciones de suscripción: una gratuita y otra de pago. La opción de pago incluirá un análisis personalizado de la mascota y acceso a datos históricos, lo que permitirá el procesamiento y análisis del consumo de agua, alimento, temperatura del entorno y su correlación con el perfil de la mascota. Esta será la opción por la cual estarán más dispuestos a pagar una parte del segmento de dueños de mascotas y, en su gran mayoría, los nativos digitales. Los clientes podrán inicialmente descargar la aplicación de forma gratuita y conectarla a un dispositivo Kitty-Paw. Si el cliente quisiera tener dos o más dispositivos por aplicación, deberá considerar un costo adicional que estará incluido en la versión de pago con acceso a análisis de datos de la mascota. Nuestra aplicación estará vinculada con entidades bancarias para generar pagos seguros que den confianza a nuestros clientes y faciliten la llegada de nuevos ingresos, evitando la pérdida de potenciales clientes debido a un funcionamiento engorroso en el proceso de suscripción a la aplicación y pago online del dispositivo. Por otro lado, la compra presencial del dispositivo se adaptará a las características de pago de la empresa encargada de su venta y distribución. Hoy en día, lo más cercano o similar a Kitty-Paw son los dispensadores de alimentos, y los clientes pagan por un producto que únicamente automatiza la entrega de alimento a las mascotas. La vinculación con las aplicaciones tiene relación con la definición de un horario para dispensar el alimento, reproducción de sonidos y grabaciones de los dueños para las mascotas. Para el Segmento Empresas de Servicios y Productos para Mascotas, estas tendrán acceso a la compra del dispositivo para la venta y distribución, y según las características de los acuerdos con las empresas será lo que estén dispuestas a gastar. La venta del dispositivo a las empresas tendrá dos modelos: la venta al por mayor del dispositivo y la colocación del dispositivo en tiendas con una ganancia de un porcentaje por venta. Tanto la definición del valor como los porcentajes de ganancia estarán sujetos a los acuerdos con las empresas.</p>
--	---

RUT POSTULANTE		NOMBRE POSTULANTE		RUT PERSONA		NOMBRE PERSONA		CONVOCATORIA - REGIÓN METROPOLITANA - ABRIL - 2024	
17402237-2		Mauricio Cristian Cárcamo Díaz		17402237-2		MAURICIO CRISTIAN CÁRCAMO DÍAZ		CAPITAL SEMILLA EMPRENDE 2024 - REGION METROPOLITANA	